# الدورة التدريبية: استراتيجيات التسعير المتكاملة لتعظيم الأرباح والقدرة التنافسية في الأسواق العالمية



27 - 31 ديسمبر 2026
اسطنبول
4900 € (للشخص الواحد)
Ref: #SAL5451_409666

## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تعد استراتيجيات التسعير المتكاملة حجر الزاوية في تحقيق الأرباح المستدامة وتعزيز القدرة التنافسية لأي عمل تجاري في عالم اليوم المعقد والمترابط. هذه الدورة التدريبية مصممة لتزويد المشاركين بفهم عميق وشامل لجميع جوانب التسعير، بدءًا من تحليل التكاليف وصولًا إلى التسعير النفسي والتسعير الديناميكي. سوف يتعلم المشاركون كيفية تحديد الأسعار المثلى التي لا تغطي التكاليف فحسب، بل تعظم هوامش الربح وتجذب العملاء وتحافظ على حصة سوقية قوية. سيتم استكشاف نماذج التسعير المختلفة وكيفية تطبيقها بفعالية في سياقات تجارية متنوعة، مع التركيز على استراتيجيات التسعير للمنتجات الجديدة والخدمات. يتناول المقرر أيضًا كيفية التعامل مع الخصومات والعروض، والتسعير الجغرافي، والتسعير التنافسي. يقدم هذا البرنامج رؤى قيمة مستمدة من أحدث الأبحاث والدراسات في مجال تسعير القيمة وتحليل السوق. يتميز BIG BEN Training Center بتقديم محتوى تدريبي يجمع بين النظرية والتطبيق العملي لضمان اكتساب المشاركين للمهارات اللازمة. يعتبر بيتر دويل (Peter Doyle)، أحد أبرز الأكاديميين في مجال التسويق وإدارة الأسعار، أن "التسعير ليس مجرد رقم، بل هو انعكاس لقيمة المنتج في ذهن العميل". هذه الدورة ستساعدك على فهم كيفية تشكيل هذه القيمة من خلال استراتيجيات تسعير استراتيجية وفعالة.

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق.
- مدراء المبيعات.
- مدراء المنتجات.
- مدراء الماليين والمحاسبين.
- رواد الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- المحللون التجاريون.
- المتخصصون في تطوير الأعمال.
- مدراء الإيرادات.
- المدراء التنفيذيون.
- المستشارون التجاريون.
- المتخصصون في تحليل البيانات.
- المسؤولون عن وضع استراتيجيات التسعير.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- البيع بالتجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الخدمات المالية والبنوك.
- التصنيع والإنتاج.

- الضيافة والسياحة.
- الرعاية الصحية.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الخدمات اللوجستية والنقل.
- الاستشارات والإدارة.
- الجهات الحكومية والهيئات العامة وما في حكمها.
- العقارات.
- الاتصالات.
- الأغذية والمشروبات.
- الطاقة.
- التعليم.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم المالية.
- قسم تطوير المنتجات.
- قسم استراتيجية الأعمال.
- قسم إدارة الإيرادات.
- قسم تحليل الأعمال.
- قسم إدارة العمليات.
- قسم المشتريات.
- قسم التخطيط الاستراتيجي.

## أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- تحليل التكاليف لتحديد نقطة التعادل وهوامش الربح.
- تطبيق استراتيجيات تسعير القيمة للمنتجات والخدمات.
- وضع نماذج تسعير فعالة للمنتجات الجديدة.
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات الخصومات والعروض الترويجية.
- استخدام التسعير الديناميكي والتسعير النفسي لتعظيم الإيرادات.
- فهم التسعير الجغرافي والتسعير التنافسي.
- تقييم سلوك المستهلك وتأثيره على قرارات التسعير.
- تحسين التسعير في سياقات الأسواق العالمية.
- إدارة الإيرادات بفعالية لتعظيم الأداء المالي.
- تحديد الأسعار الاستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية.
- تحليل بيانات التسعير لاتخاذ قرارات مستنيرة.

## منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين الأسس النظرية والتطبيق العملي، لضمان أقصى استفادة للمشاركين في مجال استراتيجيات التسعير المتكاملة. تبدأ كل وحدة بمقدمة نظرية تشرح المفاهيم الأساسية لنماذج التسعير، تحليل التكاليف، وتسعير القيمة. يلي ذلك تطبيق هذه المفاهيم من خلال دراسات حالة واقعية ومتنوعة من مختلف القطاعات والصناعات، مما يتيح للمشاركين فهم التحديات والحلول الممكنة في سياقات حقيقية. تعتمد الدورة بشكل كبير على العمل الجماعي وورش العمل التفاعلية، حيث يتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات لمناقشة استراتيجيات التسعير، حل المشكلات، وتطوير خطط تسعير مبتكرة. يتم توفير تغذية راجعة فورية من المدربين الخبراء لتعزيز التعلم وتحسين الأداء. سيتم التركيز على أمثلة عملية لتحسين التسعير وإدارة الإيرادات بفعالية. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لتحديد الأسعار المثلى وتعزيز القدرة التنافسية في بيئات الأعمال المختلفة.

# خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

## الوحدة الأولى: أساسيات التسعير وتحليل التكاليف

- مقدمة إلى التسعير الاستراتيجي.
- أهمية التسعير في تعظيم الأرباح.
- أنواع التكاليف وتحليلها.
- نقطة التعادل وهوامش الربح.
- العلاقة بين التكلفة، الحجم، والربح.
- تحديد التكلفة المستهدفة.
- استراتيجيات تسعير التكلفة الإضافية.

## الوحدة الثانية: استراتيجيات التسعير المرتكزة على القيمة والسوق

- مفهوم تسعير القيمة.
- تحديد القيمة المتصورة للعميل.
- نماذج التسعير على أساس القيمة.
- تحليل المنافسين واستراتيجيات التسعير التنافسي.
- التسعير على أساس الطلب وسلوك المستهلك.
- مرونة الطلب السعرية وتأثيرها على التسعير.
- التسعير النفسي وتأثيره على قرارات الشراء.

## الوحدة الثالثة: استراتيجيات التسعير المتقدمة

- التسعير الديناميكي وإدارة الإيرادات.
- تسعير المنتجات الجديدة: الكشط والاختراق.
- تسعير الحزم وتسعير الخطوط.
- تسعير الخسارة القائد والاستراتيجيات الترويجية.
- التسعير الجغرافي.
- التسعير التفاضلي والتسعير حسب الشريحة.
- التسعير الدولي وتحدياته.

### الوحدة الرابعة: التسعير في سياقات خاصة وإدارة العلاقات

- تسعير الخدمات.
- تسعير المشروعات والعقود طويلة الأجل.
- تسعير الامتياز التجاري والتراخيص.
- دور إدارة علاقات العملاء (CRM) في التسعير.
- التسعير الرقمي وتحليل البيانات.
- التسعير في بيئة التجارة الإلكترونية.
- التحديات القانونية والأخلاقية في التسعير.

### الوحدة الخامسة: تحسين التسعير وتطوير الخطط الاستراتيجية

- مراقبة وتقييم استراتيجيات التسعير.
- أدوات تحليل بيانات التسعير.
- تطوير خطط تسعير استراتيجية.
- التنبؤ بالأسعار والطلب.
- التكيف مع تغيرات السوق.
- دراسات حالة متقدمة في تحسين التسعير.
- ورشة عمل: بناء خطة تسعير متكاملة لشركة ناشئة/قائمة.

## الأسئلة المتكررة:

### ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

### كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

## سؤال للتأمل:

كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين تعظيم الأرباح على المدى القصير وبناء علاقات مستدامة مع العملاء من خلال استراتيجيات التسعير؟

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديمها رؤى عميقة واستراتيجيات تسعير متكاملة تتجاوز مجرد تحديد الأرقام. نحن نركز على فهم سلوك المستهلك وتحليل السوق بشكل منهجي، مما يمكّن المشاركين من صياغة قرارات تسعير استراتيجية تحقق تعظيم الأرباح وتعزز القدرة التنافسية. تعتمد الدورة على منهجية تطبيقية مكثفة، تتضمن دراسات حالة واقعية وتمارين عملية تحاكي تحديات السوق الفعلية، مما يضمن اكتساب المشاركين لمهارات عملية قابلة للتطبيق الفوري. بدلاً من التركيز على الأدوات التقنية فقط، نركز على المفاهيم الجوهرية لاستراتيجيات التسعير التي يمكن تكييفها مع أي صناعة أو سياق عمل. هذه الدورة هي بمثابة مختبر لتطوير مهارات التسعير، حيث يتم تشجيع المشاركين على التفكير النقدي وتطوير حلول مبتكرة لمشكلات التسعير المعقدة. يتم تدريس المحتوى من قبل خبراء يمتلكون خبرة واسعة في مجال التسعير الاستراتيجي وإدارة الإيرادات، مما يضمن تقديم معرفة قيمة ومحدثة باستمرار.